

Осипова Алина Эдуардовна*,
студент юридического факультета
ФГБОУ ВПО «Самарский государственный университет»
(г. Самара)

РОЛЬ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ ИНСТИТУТОВ ПУБЛИЧНОЙ ВЛАСТИ: КОНСТРУКТИВНЫЕ И ДЕСТРУКТИВНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ РАСШИРЕНИЯ КРУГА ИНФОРМАЦИОННЫХ ИСТОЧНИКОВ

В настоящее время средства массовой информации играют ключевую роль в политической жизни страны. Карл Дойч назвал политическую коммуникацию «нервной системой государственного управления, считая политические сообщения фактором, обуславливающим политическое поведение. А, по мнению Ж.-М.Коттре, роль коммуникации в политической жизни общества сопоставима со значением кровообращения для организма человека¹. Средства массовой информации принято определять как специфические организации, созданные для сбора, обработки и открытой, публичной передачи с помощью специального технического инструментария различных сведений любым лицам.

В чем же конкретно состоит политическая роль СМИ? Существуют различные точки зрения, представляющие собой теоретические модели. Эндрю Хейвуд, автор популярного зарубежного учебника «Политология», в качестве важнейших из таких моделей приводит следующие: плюралистическая модель, модель господствующей идеологии, модель ценностей элиты и рыночная модель². На мой взгляд, необходимо иметь представления об этих моделях, чтобы сопоставить их с ситуацией в Российской Федерации и обозначить круг назревших проблем.

Плюралистическая модель представляет СМИ как рынок идеологий, на котором потребителю предлагается широкий спектр политических взглядов³. Считается, что политическая позиция самих СМИ

* © Осипова А.Э., 2012

является нейтральной по отношению к взаимодействующим политическим силам, что они лишь отражают общий баланс сил в обществе. Политическая роль СМИ здесь представляется в формировании «информированного гражданского общества», в повышении демократичности общественной жизни, в создании условий для выражения различными группами своих интересов, в контроле за деятельностью властей.

В модели господствующей идеологии СМИ изображаются институтом, который обслуживает интересы экономических и социальных элит. В марксистском варианте этой модели, который связывается с именами А. Грамши и Л. Альтюссера, утверждается, что СМИ, независимо от формы их собственности, работают на экономически господствующие социальные силы, в руках которых находится и аппарат государства в целом. Основа модели – убежденность самих журналистов в правильности существующего экономического и политического порядка. В силу всего этого СМИ могут негативно воздействовать на демократический процесс, мобилизуя общественность на поддержку, скажем, вредных для самой общественности политических инициатив.

В модели ценностей элиты внимание концентрируется не на вопросе о том, кто владеет СМИ, а на вопросе, с помощью каких механизмов контролируется содержание распространяемой ими информации. Здесь предполагается, что политическую ориентацию информационной корпорации определяют ценности той группы, которая повседневно руководит данным СМИ.

«Рыночная модель» СМИ исходит из того, что информационные кампании, прежде всего, есть частнокоммерческие предприятия, заинтересованные в получении прибыли, а значит, в расширении своего присутствия на рынке⁴. Поэтому они поставляют на рынок такие информационные материалы, которые ждут от них реальные или потенциально возможные потребители. При такой интерпретации роли средств массовой информации вообще не важен вопрос, объективно или необъективно СМИ отражают политическую действительность. Еще более сложная ситуация складывается, когда деятельность СМИ финансируется из иностранных источников: такая корпорация, как бы

она ни уверяла публику в своей независимости, явным образом обслуживает интересы внешних политических сил⁵.

Рассмотрев содержание каждой из моделей, и, оценив всю ситуацию на рынке СМИ, можно прийти к выводу, что для России в большей степени характерна последняя модель СМИ. Однобокость подаваемой информации, огосударствление основных СМИ, отсутствие свободы доступа информации, манипулирование сознанием населения, информационные войны – всё это «наболевшие» проблемы наших масс-мидиа. СМИ в России – это политическое орудие, которое при умелом использовании может обеспечить политическое лидерство. Пресса, радио и телевидение являются своеобразными «глазами и ушами общества», поэтому большинство людей беспрекословно им верят.

Исследовать данную проблему необходимо не только для того, чтобы увеличить эффективность СМИ в формировании институтов публичной власти, но и для повышения уровня гражданской активности. Низкая гражданская активность, возникающая вследствие низкой политической культуры и политического нигилизма – беда российского общества на протяжении многих веков, которая в свою очередь препятствует формированию органов власти.

Число людей, проявляющих гражданскую активность в России, по мнению неправительственных организаций, составляет в пределах одного-двух миллионов человек. С учетом общей численности населения, составляющей 160 миллионов человек, это кажется немного. Однако по-иному побуждает считать правозащитник Александр Даниэль, говорящий, что это «серьезная цифра для страны, где еще несколько лет назад даже намерение организовать клуб авторов и исполнителей собственных песен вызывало постоянное и неблагоприятное внимание со стороны спецслужб».

Население России традиционно возлагает большие надежды на государство, особенно на опеку с его стороны. Эта патерналистская позиция является в определенной степени оборотной стороной принципа взаимного невмешательства, который проявляется в низкой политической активности. Ее корни лежат еще в традиции досоветской эпохи, заключающейся в вере в «добротного царя». Большие надежды на

опеку со стороны государства и благополучие, приносят разочарования, и растет осознание того, что государство больше не будет заботиться о каждом человеке, что о себе надо позаботиться самому. Такое мышление приводит к разрушению гражданской самоорганизации.

Большинство россиян игнорирует общественно-политическую жизнь страны, так как она им не интересна. В 2011 году ВЦИОМ опубликовал данные опроса, посвященные общественно-политической активности населения. По итогам исследования две трети опрошиваемых (61%) за последний год в общественной и политической жизни не участвовали, 27% — участвовали только как избиратели, 8% — как «благоустроители» подъездов и домов, 4% собирали вещи для людей, попавших в тяжелое положение. Только 2% граждан участвовали в избирательной кампании, а также в работе домового комитета. По 1% участвовали в деятельности общественных и профсоюзных организаций, в митингах, демонстрациях и пикетах, подписывали коллективные обращения. На второй вопрос ВЦИОМа о причинах неучастия в общественно-политической жизни респондентам предлагалось дать два ответа. По его итогам 36% опрошенных не участвовали в общественно-политической жизни, потому что она им не интересна, 25% отказались от нее, так как считают, что ничего не изменят, 19% думают, что ей должны заниматься профессионалы, у 18% нет возможности ей заниматься, 7% считают, что нет организаций, которым можно было бы доверять, 5% не видит лидеров, за которыми можно было бы пойти. Интерес россиян к политике за последние годы снизился: сегодня она интересна 39%, шесть лет назад — 48%⁶.

Таким образом, деполитизация россиян прогрессирует и основными причинами этого являются отсутствие интереса к политической жизни страны, неверие в возможность изменения политической обстановки в стране. Политический нигилизм и политический конформизм — «язвы» всей политической системы, поскольку такой настрой населения мешает прогрессивному формированию публичных органов власти, а значит, ведет к дестабилизации политической обстановки. Поэтому в срочном порядке необходимо «оздоровление» обще-

ства и пробуждения интереса к политике с целью повышения гражданской активности.

Решение этой проблемы я вижу, прежде всего, в деятельности СМИ, в их увеличении, поскольку по данным, указанным в выпуске № 1673 ВЦИОМ: Большинство россиян склонны верить скорее информации СМИ, чем тому, что говорят окружающие (53% против 33% соответственно). Охват населения страны различными СМИ сейчас беспрецедентно широк: только 2% россиян не смотрят телевидение, только 20% не читают газет, только 35% не слушают радио⁷.

Расширение круга информационных источников может способствовать решению проблемы. Но рост численности СМИ не всегда гарантирует увеличения количества новостей, а значит и не гарантирует развитие интереса к политике у граждан, потому что только посредством новостных и политических передач предоставляется возможным увеличить политическую культуру. «Пичкая» людей сугубо развлекательными программами, не представляющими политической ценности, СМИ только способствуют развитию конформизма в обществе.

Между рынком СМИ и рынком товаров и услуг можно найти много общего. Исходя из этого, при увеличении предоставляемых товаров и услуг развивается конкуренция. Именно конкуренция превращает экономическую систему страны в саморегулирующийся аппарат, недаром Адам Смит назвал ее «невидимой рукой рынка». Через конкуренцию товаропроизводители как бы контролируют друг друга. Их борьба за потребителя приводит к снижению цен, улучшению качества продукции. Такие же рыночные принципы и у современных СМИ. Государственные и частные, зависимые и независимые СМИ вынуждены будут бороться за аудиторию, поскольку именно количество просмотров программ того или иного канала, продаж тех или иных газет, прослушивания эфиров радиопередач являются показателем деятельности СМИ. В такой ситуации они будут вынуждены более качественно обрабатывать подаваемую информацию, следить за ее достоверностью и объективностью.

Но и влияние СМИ на население не всегда можно оценить как положительное. Частная собственность в сфере СМИ и их формаль-

ная независимость от государства еще не являются гарантией политической нейтральности СМИ. В настоящее время немало СМИ, но их характерная черта – однобокость; многие события просто не освещаются. Исходя из этого, единственно возможным мне представляется расширение круга информационных источников. Прежде всего, надо работать над созданием независимых СМИ, поскольку их отсутствие расчищает плацдарм для СМИ, которые ведут информационную политику в соответствии с целями действующей политической элиты. Именно это и вызывает стремление к созданию независимых объективных источников информации у политически активных граждан.

На сегодняшний день предпринимаются попытки решения этой проблемы. К примеру, Дмитрий Медведев в послании Федеральному Собранию заявил о необходимости в ближайшее время рассмотреть вопрос о создании общественного телевидения. Эксперты и деятели отрасли приветствуют это решение, но отмечают, что создать такой принципиально новый для России общественный институт будет сложно – по их мнению, зарубежные аналоги для РФ неприемлемы, так как в России менее развито гражданское общество. Медведев, говоря об общественном телевидении, подчеркнул, что «ни один из владельцев этого нового СМИ не должен иметь определяющего влияния на принятие любых решений – ни государство, ни частный владелец». Но, на мой взгляд, сложно обеспечить независимость такого СМИ при условии, что финансирование будет исходить от государства, а значит и доля вмешательства государства в деятельность общественного телевидения будет не малой. Мне предоставляется возможным функционирование такого телевидения в соответствии с целями только при наличии Общественного Совета, который будет контролировать деятельность этого нового института. Но для этого необходимо формирование гражданского общества.

Таким образом, отдавая Средствам Массовой Информации власть, мы должны проявлять интерес, прежде всего, к социально-политическим институтам, уметь контролировать поток подаваемой информации и в целом быть активными гражданами своей страны. Только тогда у нас будет стабильная политическая система с развитыми институтами публичной власти.

* Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы – Москва, 2004. – С. 1.

² Хейвуд Э. Политология – Москва, 2005. – С. 256.

³ Там же.

⁴ Хейвуд Э. Политология – С. 258.

⁵ Мельник В.А. Политология. 5-е издание, переработанное и дополненное – Минск, 2006. – С. 341.

⁶ Пресс-выпуск ВЦИОМ №1725 [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=111495> . – 05.04.2011.

⁷ Пресс-выпуск ВЦИОМ №1673 [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=111297> . – 25.01.2011.

Плиева Залина Тамазовна *,
студент юридического факультета
ФГБОУ ВПО «Самарский государственный университет»
(г. Самара)

ВЫБОРЫ В РЕСПУБЛИКЕ ЮЖНАЯ ОСЕТИЯ В СВЕТЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ

8 апреля 2012 года в Республике Южная Осетия был проведен второй тур президентских выборов, по результатам которого был избран Тибилов Леонид Харитонович. Стоит сразу же отметить, что это повторные выборы, которые были проведены в связи с признанием Верховным судом Республики Южная Осетия недействительными выборы ноября 2011 года¹.

Мнения о том, является ли Республика Южная Осетия суверенным государством, в мировом сообществе разнятся. Как известно, ООН государство не признает². Однако так как Россия РЮО признала,³ то считаем возможным отталкиваться именно от этой позиции.

* © Плиева З.Т., 2012